

**PEMANFAATAN *CHANNEL YOUTUBE*
SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM
(Studi Pada Akun *Youtube* Masjid Addu'a Way Halim Bandar
Lampung)**

**SKRIPSI
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

**Gyta Rastyka Dhela
1541010094
Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1442/2020**

**PEMANFAATAN *CHANNEL YOUTUBE*
SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM
(Studi Pada Akun *Youtube* Masjid Addu'a Way Halim Bandar
Lampung)**

**SKRIPSI
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

**Gyta Rastyka Dhela
1541010094**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
Pembimbing II : Dr. Abdul Syukur, M.Ag**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

1442/2020

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era digital sekarang ini, dimana semua dapat diakses secara cepat oleh para pengguna media sosial. Media sosial merupakan media yang dijadikan sumber informasi terbesar bagi masyarakat untuk memenuhi rasa ingin tahunya, salah satunya *youtube*. *Youtube* merupakan sebuah platform di mana memungkinkan untuk dapat mengunggah atau berbagi video. *Youtube* juga telah menjadi fenomena yang mendunia. Berdasarkan fenomena tersebut, ternyata *youtube* sudah banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian Islamiyah melalui video. Jika memanfaatkan *youtube* seorang *da'i* dengan ceramahnya yang direkam menggunakan kamera, kemudian diunggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat, bahkan lebih banyak dari mereka yang menyaksikannya dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja. Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial *youtube* pada akun masjid Addua sebagai media untuk berdakwah? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan media sosial *youtube* Addua sebagai media untuk berdakwah. Penelitian pada skripsi ini menggunakan metode analisis data. Yang mana dalam proses mencari dan menyusun datanya dilakukan secara sistematis dengan menggunakan data lapangan, dokumentasi ataupun catatan yang diperoleh oleh penulis. Kemudian penulis kelompokkan mana yang penting dan yang akan dipelajari untuk membuat kesimpulan dan dapat dijadikan keputusan yang objektif. Hasil penelitian ini adalah bahwa berdakwah atau menyiarkan agama Islam dengan memanfaatkan media sosial *Youtube* merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka *youtube* dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio visual. Dakwah melalui media sosial *youtube* memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah. Dakwah melalui media sosial *youtube* tidak memerlukan biaya yang banyak, jika dibandingkan berdakwah secara langsung (tatap muka), cukup membuat rekaman video yang dapat diupload di media sosial *youtube* dan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Sehingga saat ini tanpa menggunakan *bulletin* masyarakat bisa mengetahui isi dari kajian yang diadakan di masjid. Hal ini juga mengurangi kekhawatiran sebagai mad'u yang masih belum mengetahui atau yang tidak menghadiri kajian, dapat melihat video yang telah diunggah ke dalam akun *youtube* masjid addu'a.

Kata kunci: media sosial, *channel youtube* Masjid Addu'a, media dakwah.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gyta Rastyka Dhela
NPM : 1541010094
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan *Channel Youtube* Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun *Youtube* Masjid Addua Way Halim Bandar Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 02 September 2020
Penulis,



Gyta Rastyka Dhela
NPM.1541010094

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (STUDI PADA AKUN YOUTUBE MASJID ADDUA WAY HALIM BANDAR LAMPUNG)**

Nama : **Gyta Rastyka Dhela**

NPM : **1541010094**

Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung


Pembimbing I,

Pembimbing II


Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 196104091990031002


Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

Mengetahui
dan Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


M. Apun Svaripudin, S.Ag., M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarama, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (STUDI PADA AKUN YOUTUBE MASJID ADDUA WAY HALIM BANDAR LAMPUNG)”** disusun oleh, Gyta Rastyka Dhela, NPM : 1541010094, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/ Tanggal : Senin, 19 Oktober 2020

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I (.....)

Sekretaris : Berlian Rahmawati, M.T.I (.....)

Penguji I : Dr. H. Rosidi, MA. (.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu

Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Q.S. An-

Nahl [16] :125)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasi sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terima kasih saya yang mendalam kepada:

1. Kepada orang tua, Bapak Giyono dan Ibu Rusmiyati yang selalu memberikan dukungan semangat, material dan juga doa yang selalu dipanjatkan. Karena tanpa dukungan itu semua mustahil skripsi ini dapat terselesaikan. Ketulusan kasih sayang, jeri payah, serta ridho orang tua yang telah menghantarkanku menjadi orang yang berilmu, berbudi, dan bertanggung jawab.
2. Untuk adik kandungku yang saya sayangi Angga Prayoga yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi, material serta doa.
3. Teman-temanku seperjuang KPI B, yang selalu memberikan dukungan serta motivasi.
4. Sahabat-sahabatku tercinta, Kholilul Rahman, Dwi Permata Sari, Retno Wulandari, yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta yang menemani penulis dan membantu melakukan penelitian.
5. Universitas Islam Negeri Lampung yang menjadi kampus tempatku menimba ilmu dan almamaterku tercinta.

RIWAYAT HIDUP

Penulis mempunyai nama lengkap Gyta Rastyka Dhela, lahir pada tanggal 01 Juli 1996 di Desa Totokan Kec. Mlarak Kab. Ponorogo Jawa Timur. Dari keluarga Bapak Giyono dan Ibu Rusmiyati, yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Pendidikan yang telah ditempuh penulis:

1. Pendidikan SD Negeri 1 Serupa Indah, Pakuan Ratu, Way Kanan di tempuh dari tahun 2002 diselesaikan pada tahun 2009
2. Pendidikan SMP di MTs Negeri 2 Way Kanan ditempuh dari tahun 2009 sampai 2012.
3. Pendidikan SMA di MAN 1 Pringsewu, ditempuh dari tahun 2013 sampai 2015.
4. Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selesai pada tahun 2020.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur selalu dipanjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat hidayah serta hinayah Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “pemanfaatan *channel youtube* sebagai media dakwah islam (studi pada akun *youtube* masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)”.

Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benerang. Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa penulis tidak terlepas dari kesalahan dan keterbatasan kenyataan ini menyadarkan penulis bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak niscaya skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh sebab itu melalui skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku dekan fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag, MM. selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Islam UIN Raden Intan Lampung
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktu dan fikiran dalam membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Bapak dan Ibu dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan dapat menjadi amal Jariah.
5. Bapak Reynaldi selaku admin akun *youtube* masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung yang telah memberikan izin dalam penelitian dan memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi.
6. Ayah dan ibu ku tercinta, adik dan teman-teman. Serta semua pihak yang telah membantu penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Dan penulis mohon maaf atas kekurangan yang ada dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun.

Bandar Lampung, 02 September 2020

Penulis

Gyta rastyka dhela

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	5
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Metode Penelitian	11
BAB II YOUTUBE DAN MEDIA DAKWAH	
A. <i>Youtube</i>	
1. Definisi <i>Youtube</i>	16
2. Sejarah Perkembangan <i>Youtube</i>	16
3. Karakteristik <i>Youtube</i>	18
4. Fungsi <i>Youtube</i>	19
5. Kategori <i>Youtube</i>	21
B. Dakwah	
1. Definisi Dakwah.....	22
2. Unsur-Unsur Dakwah.....	24
C. Media Dakwah	
1. Definisi Media Dakwah.....	28
2. Jenis-Jenis Media Dakwah Dan Spesifiknya.....	29
3. Fungsi Media Dakwah.....	34
4. Bentuk-Bentuk Media Dakwah	35
5. Pengaruh Media Dakwah	36
6. <i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah.....	39
D. Tinjauan Pustaka.....	39
BAB III KONTEN YOUTUBE MASJID ADDU'A	
A. Profil Masjid Addua	
1. Sejarah Singkat Masjid Addua.....	42
2. Susunan Pengurus Masjid Addua.....	43

3. Visi dan Misi Masjid Addua	46
B. Gambaran Umum Akun <i>Youtube</i> Masjid Addu'a.....	47
C. Sejarah Akun <i>Youtube</i>	52
D. Konten Video dalam Akun <i>Youtube</i> Masjid Addu'a	53

BAB IV CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM

A. Pemanfaatan <i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah di Masjid Addu'a.....	63
B. Pesan Dakwah dalam Akun <i>Youtube</i> Masjid Addu'a	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Keterangan (SK) Judul Skripsi
Lampiran 2	: Kartu Konsultasi
Lampiran 3	: Kartu Hadir Munaqosah
Lampiran 4	: Surat Perubahan Judul Skripsi
Lampiran 5	: Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 6	: Surat Penelitian
Lampiran 7	: Daftar Gambar



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi skripsi ini terlebih dahulu penulis akan menjelaskan judul skripsi. Adapun judul skripsi ini adalah “Pemanfaatan *Channel Youtube* Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun *Youtube* Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)”.

Pemanfaatan berasal dari kata manfaat yang menunjukkan pemaksimalan penggunaan terhadap suatu hal, alat ataupun media yang berguna baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan memperoleh hasil yang sama.

Pemanfaatan yang penulis maksud di sini adalah penggunaan media sosial *youtube* sebagai media dakwah dengan studi pada akun *youtube* masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung.

Menurut J.S Badudu dalam kamus besar bahasa Indonesia mengatakan bahwa: “pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna”.¹ Sedangkan menurut Dennis Mc Quail dan Sven Windahl manfaat merupakan sama artinya dengan eksplor (penghadapan semata-mata menunjukkan sesuatu kegiatan menerima).²

Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai

¹ J.S Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), h.933

² Tersedia Di [http:// Www.Definisi Pengertian.Com](http://Www.DefinisiPengertian.Com) (Diakses Pada Tanggal 01 Juli 2019)

video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah kesitus ini, seperti misalnya video klip music dari musisi tertentu, film pendek, film televisive, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas dan masih banyak lagi lainnya.³

Media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar (Arsyad, 2006:3). Dalam bahasa inggris merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara dan rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa arab media sama dengan wasilah atau dalam bentuk jamak wasil yang berarti alat atau perantara.⁴

Dakwah berasal dari kata **يدعو - دعوة** yang berarti memanggil, mengundang, minta tolong kepada, berdo'a, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.⁵ Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-Madkhal ila'Ilm ad-Da'wat*, menurut beliau, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikannya (*thathbiq*) dalam realitas

³ Tersedia Di: <https://www.Nesabamedia.Com/Pengertian-Youtube/> (Diakses Pada Tanggal 03 Juli 2019)

⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan Ke-2 2009), H. 403

⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2013), h. 43

kehidupan.⁶ Dakwah yang dilakukan dengan cara *tabligh* yaitu menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain melalui media televisi.

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu symbol-simbol. Dan dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.”⁷ Jadi pesan dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang bersifat mengajak kepada suatu kebaikan dengan tujuan agar orang lain dapat memenuhi ajakan tersebut.

Media dakwah adalah unsur keempat dalam kegiatan berdawah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. hamzah Ya'qub membagi materi dakwah menjadi lima macam yaitu:

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan lain sebagainya.
2. Tulisan, berupa buku, majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, flash card dan sebagainya.

⁶ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Penamedia Group, 2015), Cet Ke-2, h. 7

⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Penamedia Group, 2016), Cet Ke-5, h. 318

3. Lukisan berupa gambar, karikatur dan sebagainya.
4. Audio visual yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, internet dan sebagainya. Akhlak yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran-ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u.⁸

Media dakwah merupakan alat atau sarana yang digunakan dalam melakukan atau menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, menurut Asmuni Syukir media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah untuk memperoleh suatu tujuan.⁹

Menurut penulis media dakwah di sini adalah suatu objek yang digunakan oleh komunikator atau *da'i* untuk menyampaikan pesan atau *massage* kepada komunikan atau *mad'u* untuk memperoleh suatu pencapaian atau tujuan.

Dakwah itu sendiri merupakan seruan atau ajakan kembali ke jalan yang diridhai Allah SWT. Menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya, merubah dari hal yang buruk kejalan yang lebih baik. Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim untk menyampaikan pesan dakwah terhadap sesama umat muslim, sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan Assunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat.

⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), H. 120

⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h.61

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis dalam memilih judul ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media internet khususnya media sosial *youtube* sebagai media baru dalam melakukan penyebaran dakwah Islam di zaman modernisasi seperti saat ini. Dikarnakan juga *youtube* merupakan aplikasi media sosial yang sedang diminati pada saat ini oleh hampir seluruh kalangan baik remaja maupun orang tua, sehingga jumlah *user* sangat banyak dan membuat *user* bersifat heterogen.
2. Konten-konten yang disampaikan di dalam akun *youtube* masjid addu'a dikemas dalam bentuk audio visual yang menarik, dan materi yang disampaikanpun dikemas dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh semua penonton.

C. Latar Belakang Masalah

Melihat perkembangan tekhnologi di era digital sekarang ini, di mana semua dapat diakses secara cepat terjangkau oleh para pengguna media sosial.¹⁰ Media sosial telah menjadi fenomenal dan semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, media sosial merupakan hasil dari kemampuan teknologi informasi dan

¹⁰ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Diera Digital", *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03, No.2 (26 Oktober 2020), H.341

komunikasi.¹¹ Salah satu media sosial yang paling banyak diminati oleh penggunanya adalah *youtube*.

Youtube merupakan sebuah platform di mana memungkinkan untuk dapat mengunggah berbagai video, selain itu *youtube* juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi melalui kolom komentar. *Youtube* juga telah menjadi fenomena yang mendunia yang merupakan situs video sharing yang berfungsi sebagai sarana untuk berbagi video secara online. Situs ini memfasilitasi penggunanya untuk meng-upload video yang diakses oleh pengguna lain diseluruh dunia secara gratis. *Youtube* merupakan database video yang paling populer di dunia *internet*, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa ‘gambar bergerak’ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng – upload) video ke server *Youtube* dan membaginya ke seluruh dunia.¹² Pengguna *Youtube* dapat mengakses, dan dapat diakses oleh siapa saja. Di kutip dari artikel <http://www.techno.okezone.com> sejak diluncurkan pada februari 2005, *youtube* diklaim menjadi website ketiga paling banyak dikunjungi di dunia dengan total 1,3 miliar pengguna.¹³

Menurut artikel yang dikutip bahwasannya pengguna *youtube* di Indonesia 50 juta pengguna aktif perbulannya dari 146 juta pengakses

¹¹ Eko Sumandi, “Dakwah Dan Media Sosial”, *Jurnal At-Tabsyir*, Vol. 4, No. 1 (26 Oktober 2020), H. 184

¹² Aritas Puica Sianipar, “pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa”, Vol. 2, No. 3 (2015), h.2

¹³ Tersedia di: <https://techno.okezone.com>, (di akses pada sabtu 02 november 2019).

internet di Indonesia.¹⁴ Hal ini dengan banyaknya pengguna *youtube* sangat disayangkan apabila tidak dimanfaatkan untuk hal-hal yang positif seperti, promosi, dakwah, dan mungkin berbagi pengalaman pribadi dan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat. pemanfaatan ini salah satunya dapat digunakan sebagai media berdakwah di era modern.

Memahami esensi dakwah itu sendiri, kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik sains, teknologi dan sebagainya.

Menurut ajaran agama Islam sangat dianjurkan kepada ummatnya untuk menyampaikan hal-hal baik, untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara actual, factual, dan kontekstual. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِلَاغٍ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “serulah (manusia) kepada Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan caranya yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl [16]:125)

¹⁴ Tersedia di: <https://m.cnnindonesai.com> (di akses pada 03 november 2019).

Ketika berdakwah kita dianjurkan dalam penyampaian pesan dakwah dengan baik dan benar. Agar mudah dimengerti dan dipahami oleh mad'u sehingga tidak salah ketika pengaplikasiannya. Perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang sudah makin beragam, membuat dakwah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional agar apa yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u dapat diterima dengan lebih jelas.

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah memiliki defenisi alat yang menjadi prantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar, maka kita harus menggunakan bantuan sebuah media.¹⁵

Berdakwah dengan segala bentuknya adalah dianjurkan bagi setiap muslim. Hal ini menunjukkan bahwa syari'at atau hukum Islam tidak mewajibkan bagi umatnya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, akan tetapi usahanyalah yang diwajibkan semaksimalnya sesuai dengan keahlian dan kemampuannya. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqoh (metode) dan atsar (efek dakwah).¹⁶

Media dakwah bukanlah penentu utama bagi kegiatan berdakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah.

¹⁵ Moh Ali aziz, ilmu dakwah (Jakarta :kencana, 2004) , h. 404

¹⁶ *Ibid.* h. 75

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Lagi-lagi pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.¹⁷

Berdasarkan fenomena tersebut, ternyata youtube sudah banyak dimanfaatkan oleh sebagian umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian islamiyah melalui video yang diunggah. Jika memanfaatkan youtube seorang da'i dengan ceramahnya yang direkam menggunakan kamera, kemudian diunggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat, bahkan lebih banyak dari mereka yang menyaksikannya dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja.¹⁸

Pemanfaatan dan pengawasan terhadap penggunaan media sosial ini juga sangat diperlukan agar pesatnya perkembangan teknologi tidak malah membuat masyarakat salah dalam memanfaatkan dan memahami apa saja yang ada di dalam media sosial itu sendiri.

D. Rumusan Masalah

Dengan memacu pada uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka perlu adanya sebuah pengarahannya masalah yang mendalam dari skripsi ini, agar pembahasannya konsisten dan tidak melebar keluar dari

¹⁷ *Ibid.* h. 428

¹⁸ Ibnu Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar", *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. V, No. 2 (05 Juli 2019), h. 96

fokus kajian yang diteliti. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial *youtube* akun masjid Addu'a sebagai media untuk berdakwah?
2. Apa saja pesan-pesan dakwah yang terdapat di dalam akun *youtube* masjid Addu'a Bandar Lampung?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan media sosial akun *youtube* masjid Addu'a sebagai media untuk berdakwah.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah dalam akun *youtube* masjid Addu'a.

F. Manfaat penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut:

1. Dapat memberi sumbangan teoritis bagi pengembang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya dalam proses berdakwah dengan menggunakan media online salah satunya adalah *youtube*.

2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian-penelitian lanjutan mengenai berdakwah di media sosial.

G. Metode Penelitian

Metodologi penelitian berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu; dan “Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan.¹⁹ Menurut Penny (1975) penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemecahannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.²⁰ Jadi metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai pemahaman.

Untuk memperoleh data yang diperlukan agar nantinya dapat mendukung kesempurnaan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Sifat Dan Jenis Penelitian

a. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata

¹⁹ Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h. 1

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014),

dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²¹

b. Jenis Penelitian

Metode penelitian dan jenis tempat penelitian dilakukan maka penelitian ini digolongkan pada penelitian pustaka (library research). Penelitian kepustakaan adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai kepustakaan baik yang terdapat di perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumen, surat kabar, internet dan lain sebagainya.²²

2. **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian subjek dari mana data dapat diperoleh dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Merupakan sumber-sumber data yang pertama dan merupakan sumber asli baik berupa dokumen, karya atau tulisan-tulisan atau peninggalan lainnya.²³

Data pada penelitian ini diperoleh dari dokumen video akun youtube Masjid Addua sebagai sumber data primer.

²¹ Lexi J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009), H. 6

²² Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Social*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2015), H.14

²³ *Ibid.* h. 135

b. Data Sekunder

Jenis data sekunder merupakan data tambahan atau pelengkap yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip sumber lain sehingga tidak bersifat autentik karna sudah diperoleh dari tangan kedua.²⁴ Penulis menggunakan artikel, buku-buku, hasil wawancara ataupun dokumentasi yang diperoleh dari akun *youtube* masjid addu'a.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu langkah dalam aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Maka dalam penelitian ini, Penulis mencari data yang dibutuhkan dengan cara, sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode obeservasi merupakan salah satu tekhnik oprasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung.²⁵

Dalam metode ini penulis melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap objek yang diamati, kemudian

²⁴Hatari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Social*, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Pers, 1998), h. 95.

²⁵ Muhamad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.7

dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati.

b. Metode Interview

Metode interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.²⁶ Prosesnya dapat dilakukan secara langsung dengan bertatap muka (*face to face*) dengan narasumber. Interview dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan penyelidikan.

Wawancara ini dilakukan dengan pemilik akun *youtube* masjid addu'a untuk memperoleh data tentang pemanfaatan media social *youtube* sebagai sarana berdakwah.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data dokumen-dokumen.²⁷ Penulis melihat video-video yang diposting oleh akun *youtube* masjid addua dan mendokumentasikannya berupa *screenshoot*.

²⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2006), h. 100

²⁷ Husaini Akbar Dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Social*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), H. 69

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh berdasarkan cara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam unit-unit kemudia memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.²⁸

Analisis data pada penelitian ini adalah setelah data terkumpul kemudian data dipilih terlebih dahulu. Selanjutnya penulis mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada di dalam penelitian ini.

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), H. 335

BAB II

YOUTUBE DAN MEDIA DAKWAH

A. Youtube

1. Defenisi Youtube

Youtube adalah aplikasi baru atau *new media* yang digunakan untuk melihat unggahan video yang disebar oleh orang lain. Youtube merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. konten video yang terdapat dalam youtube biasanya seperti video klip, film, tv, serta video buatan para pengguna youtube sendiri.²⁹

2. Sejarah Perkembangan Youtube dan Sebagai Media Dakwah

Youtube diciptakan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan paypal yaitu *chad hurley*, *chen* dan *karim alumnus*. Diaktifkan 05 februari 2005. Perkantoran ini berpusat di san Bruno, California, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video di unggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungn video perhari.³⁰

Aplikasi *youtube* dapat digunakan dimanapun dan kapanpun dan oleh siapapun dengan menggunakan basis internet. Seiring perkembangan zaman yang semakin baru youtube dapat menjadi

²⁹ Apriyadi tamburaka, *literasi media* (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1. H.83

³⁰ Aria indhi, artikel : youtube sebagai media penyiar di zamn modern, tersedia di https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/ariaindhi/fenomena-youtube-sebagai-media-penyiaran-di-zaman-modern_597000eded967e0aed056e12 (1 desember 2019)

inovasi baru karena youtube disediakan untuk melakukan pencarian informasi video dan setiap orang dapat menontonnya secara langsung.

Perkembangan media *youtube* sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media *youtube* telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan beranekaragam manfaat. Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat di gunakan untuk *live streaming*, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya.³¹

Youtube pada tahun 2006 menyebutkan bahwa menjadi situs online video provider paling dominan di amerika serikat, bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di upload ke *youtube* setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari. *Youtube* kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi youtube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna hampir sepertiga dari pengguna *internet* dan setiap hari orang menonton ratusan juta video di youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan.

Youtube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak

³¹ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 (2016).h. 24.

pemirsa yang berusia 18-24 dan 18-49 tahun dari pada jaringan kabel manapun di dunia.³² Bahkan sekarang youtube tidak hanya digunakan oleh orang-orang dewasa saja tetapi anak-anak berusia dini pun sudah pandai menggunakannya.

Youtube sekarang ini juga digunakan oleh para tokoh da'I untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. *Youtube* berisi konten video yang dikalsifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak.³³

3. Karakteristik *Youtube*

Beberapa karakteristik dari *youtube* yang membuat banyak dari sebagian pengguna nyaman menggunakannya.³⁴

- a. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan *youtube* dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu. Semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
- b. System pengamanan yang mulai akurat. *Youtube* membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberika pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.

³² *Ibid.* H.260.

³³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Rosdakarya, 2013), Cet Ke-2. h.122

³⁴ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Dan Andi Subhan Amir, *Youtube...*, h.260-261.

c. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral di mana-mana, youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium. (Theoldman, 2011).

d. System *offline*. Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu system *offline*. System ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu.

e. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

Youtube lebih menarik dan juga tidak membosankan dibandingkan dengan menonton televisi yang monoton dan berdurasi sekian menit, sehingga pengguna bebas menikmati tontonan tanpa terbatas dengan beragam konten yang disuguhkan.

4. Fungsi *Youtube*

Terdapat beberapa fungsi *youtube*, yaitu:

a. Mencari video di *youtube*, setiap pengguna dapat mencari video sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Dengan melakukan

pencarian sesuai dengan kata kunci, maka berbagai tema video yang berkaitan bermunculan.

- b. Memutar atau menonton video.
- c. Mengupload video.
- d. Mendownload video.³⁵

Terdapat juga beberapa istilah dalam *youtube* yaitu:

a. *Subscribe*

Adalah istilah layanan menu gratis dengan memasukan email pengguna untuk memudahkan pengunjung agar mengetahui post terbaru. *Subscribe*. Subscribe berarti berlangganan, di mana pengguna akan diberikan informasi apabila terdapat perihal kabar terbaru dari tautan atau akun yang telah dipilih.

b. *Streaming*

Istilah ini biasanya digunakan untuk menyiarkan secara langsung video yang direkam melui sebuah kamera video yang dapat dilihat oleh siapapun dan dimanapun dalam waktu bersamaan. Sehingga penggunaanya bisa menyiarkan langsung tanpa melalui proses download.

c. *Buffering*

Merupakan istilah yang memiliki makna penyangga atau tenaga. Dengan kata lain *buffering* berarti jeda waktu yang terjadi saat pengguna memuat video di youtube.³⁶

³⁵ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media....*, h.84

d. *Mengupload* video

Akun yang terdaftar dalam youtube, mereka dapat mengunggah videonya kedalam akunya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin banyak videonya maka semakin mempengaruhi lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.

e. *Mendownload* video

Video yang ada didalam youtube dapat juga didownload penonton, dan gratis. Ada banyak cara seperti meng *copy* alamat URL yang ada dalam video tersebut lalu dipastekan kedalam situs seperti *www.savefrom.net*. Banyak cara penggunaanya dapat *mendownload* video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di *google*.³⁷

5. *Kategori Youtube*

Youtube memiliki banyak sekali video, mulai dari video tingkah laku pribadi penggunaanya sampai dengan video-video yang jarang kita lihat di televisi. Secara umum kategori dalam *youtube* adalah sebagai berikut:

- a. *Autos & vechiles* (otomotif dan kendaraan)
- b. *Comedy* (komedi)
- c. *Entertainment* (hiburan)
- d. *Film & animation* (film dan animasi)

³⁶ Arie Prastyo, 19 Juni 2014, Artikel: *Perbedaan Dan Pengertian Anatara Sreaming Dan Buffering*, <https://www.arieprastyo.com> diakses pada hari Kamis, 07 November 2019, Pukul 09:00.

³⁷ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media....*, h.27

- e. *Gadgets & game* (peralatan dan permainan)
- f. *Music* (musik)
- g. *News & politics* (berita dan politik)
- h. *People & blog* (orang dan blog)
- i. *Pets & animals* (binatang dan binatang peliharaan)
- j. *Sports* (olahraga)
- k. *Travel & places* (perjalanan dan tempat)

Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna bisa saja memilih sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan video apa yang ingin dilihat dalam kategori. Hal ini dikarenakan *youtube* menyediakan kolom mesin pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang ingin ditonton oleh penggunanya. Jika video tidak ditemukan, maka *youtube* biasanya menyarankan video yang hampir mendekati kata pencarian yang sedang ditelusuri.

B. Dakwah

1. Definisi Dakwah

Dakwah berasal dari kata **يدعو - يدعو - دعوة** yang berarti memanggil, mengundang, minta tolong kepada, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.³⁸ Selain itu juga, juga bermakna menuntun dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah atau *fi'il amr* yaitu

³⁸Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2013), h. 43

ud'u yang berarti ajaklah atau serulah. Pembahasan berikut ini akan menelusuri keempat kata tersebut dalam Al-Qur'an untuk pengembangan wawasan.

a. Kata *da'a*

perkataan *da'a* adalah *fi'il madhi*, yaitu kata kerja masa lalu. Kata ini disebutkan dalam Al-Qur'an pada sepuluh surat dan 11 ayat. Kata *da'a* memiliki beberapa makna yaitu memohon, meminta, berdoa dan memanggil. Sementara dalam Tafsir Al-Mishbah kata *da'a* diartikan dengan empat makna yaitu memohon, berdoa, menyeru dan panggilan.

b. Kata *yad'uw*

Kata *yad'uw* merupakan *fi'il muzhari'* yaitu perbuatan sedang atau akan dilaksanakan. Kata tersebut dalam bentuk tunggal (*mufrad*), sementara dalam bentuk jamak adalah *yad'uwna* dan kata ini disebut dalam Al-Qur'an sebanyak 21 ayat pada 20 surah. Dalam Al-Mishbah kata *yad'uwna* mempunyai banyak arti.

c. Kata *da'wah*

Kata *dakwah* merupakan isim *masdar* (invinitive). Kata tersebut dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak lima kali yang bermakna panggilan.

d. Kata ud'u

Kata dakwah dalam perintah atau fi'il amr dikenal dengan kata ud'u. dalam al-qur'an kata tersebut terdapat pada 8 surah dan 12 ayat.³⁹

Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-Madkhal ila'Ilm ad-Da'wat*, menurut beliau, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikannya (*thathbiq*) dalam realitas kehidupan.⁴⁰

2. Unsur-unsur dakwah

Terdapat unsur-unsur atau beberapa komponen dakwah antara lain:

a. *Da'i* adalah orang yang melakukan kegiatan dakwah, *da'i* menyampaikan pesannya baik secara langsung maupun tidak langsung, terdapat kriteria seorang *da'i* yaitu:

- 1) Secara umum, seorang *da'i* pada umumnya setiap muslim dan muslimat yang mukalaf (dewasa), memiliki tekad yang kuat dalam menebar pesan dakwah sesuai perintah.
- 2) Secara khusus, seorang *da'i* merupakan seorang yang memiliki keahlian khusus (muhtakhasis) dalam bidang agama Islam, yang disebut dengan ulama.

b. *Mad'u* merupakan penerima pesan dakwah atau dalam proses komunikasi sebagai komunikan atau biasa disebut dengan

³⁹ Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: Pt. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, h.4-9

⁴⁰ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Penamedia Group, 2015), Cet Ke-2, h. 7

audiens yang beragama Islam. Muhamad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan antara lain sebagai berikut:

- 1) Golongan cerdik cendekiawan yang mencintai kebenaran berfikir secara kritis dan dapat menangkap segala persoalan.
- 2) Golongan awam yaitu golongan orang yang belum berfikir secara kritis dan mendalam, yang belum menangkap pengertian-pengertian tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dari golongan diatas yakni orang-orang yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas ketentuan dan tidak sanggup mendalami benar.

c. Materi pesan dakwah yaitu isi dari pesan yang disampaikan oleh *da'i*, pesan dakwah secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga antara lain:

- 1) Pesan akidah, merupakan pesan dakwah yang meliputi keimanan, baik iman kepada Allah SWT, keimanan kepada malaikat Nya, iman kepada kitab Nya, iman kepada Rosul Nya, iman kepada hari ahir dan iman kepada *qodo* dan *qodar*.
- 2) Pesan syariah, dari pesan dakwah yang meliputi ibadah sehari-hari, seperti hukum atau ajaran sunnah Rosul seperti hukum berwudhu, tahahara, hukum puasa sholat dan sebagainya.

- 3) Pesan akhlaq yaitu pesan dakwah yang meliputi akhlaq kepada Allah, sesama, tetangga, diri sendiri dan alam semesta.
- d. Efek dakwah yaitu respon maupun *feedback* (umpan balik) yang timbul dari aksi dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat efek terbagi menjadi tiga yaitu:
- 1) Efek kognitif, efek yang timbul ini berhubungan dengan perubahan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Perubahan ini meliputi apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan oleh mad'u.
 - 2) Efek efektif, yaitu perubahan yang timbul pada apa yang dirasakan, disenangi ataupun dibenci. Biasanya berkaitan erat dengan perasaan, emosi, sikap serta nilai.
 - 3) Efek behavioral, perubahan yang meliputi perilaku seseorang, pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan tindakan berperilaku.
- e. Metode dakwah adalah sebuah cara yang digunakan *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah agar pesan dakwah tersampaikan sesuai tujuan. Terdapat tiga metode dakwah yakni:
- 1) Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan sesuatu dan kondisi *mad'u*. menitik beratkan sesuai kemampuan *mad'u*, sehingga di dalam menjalankan ajaran agama Islam tidak merasa terpaksa dan keberatan.

2) *Mauidhah hasanah*, yakni memberikan nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan kasih sayang, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh mad'u. selain itu memberikan contoh teladan, perbuatan yang terpuji, sifat yang mulia, akhlaq yang terpuji serta berpegang teguh pada ajaran sesuai ajaran agama Islam⁴¹.

3) *Mujadalah*, berdakwah dengan cara bertukar pikiran tidak memberikan tekanan dan tidak menjelekan yang menjadi mitra dakwah.

Seorang *da'i* harus memahami tujuan-tujuan Islam yang telah dijelaskan oleh syariat-syariat Islam. Satu diantara syariatnya yakni menciptakan kemaslahatan umat dan menghindari segala kemudharatan melalui jalur dakwah. Islam berjalan sesuai dengan akhlaq yang mulia dan adat istiadat kebiasaan yang terpuji⁴². Karna Al Qur'an mampu menyelesaikan permasalahan yang tidak mampu ditangani oleh manusia. Al Qur'an meletakkan beberapa dasar umum yang memberi petunjuk kejalan kebenaran.⁴³

⁴¹ Said Al-Qahthani, Penerjemah Aidil Novia, *Menjadi Da'i Yang Sukses* (Jakarta: Qisthi Press, 2005), Cet Ke-1, h.96.

⁴² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Rosdakarya, 2013), Cet Ke-1, h.84

⁴³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), Cet Ke-1, h.89

C. Media Dakwah

1. Definisi Media Dakwah

Dakwah akan lebih cepat berkembang, tepat sasaran dan diterima dengan baik manakala media atau saluran yang dipilih sesuai dengan keadaan *mad'uw*. Perkembangan zaman yang semakin maju dan didukung berbagai teknologi telah menyebabkan masyarakat mengalami ketergantungan, terlebih pada teknologi dan media komunikasi.

Media komunikasi seperti radio, televisi, komputer, internet, Koran, majalah dan sebagainya telah menjadi konsumsi pokok masyarakat modern dan dijadikan media tersebut sebagai alat dan tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka yang semakin kompleks. Budaya dan perilaku-perilaku sosial masyarakat juga terus mengalami pergeseran dan perubahan positif maupun negative, tergantung bagaimana masyarakat menerima dan memahami terpaan media komunikasi yang ada. Fenomena ini, tentunya menjadi sebuah pemikiran dan perhatian serius bagi keberlangsungan dakwah islam di tengah-tengah masyarakat yang terus berubah. Memanfaatkan media komunikasi sebagai alat perantara dakwah kepada *mad'uw* sebagai sebuah keniscayaan yang harus dilakukan dan dikelola secara baik agar aktivitas dakwah terus berjalan sesuai dengan kebutuhan mitra dakwah.⁴⁴

⁴⁴ Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, h.145

Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis alat perkantoran, dan sebagainya. Sarana-sarana itu dapat dikelompokkan sebagai logistic dakwah logistic dakwah juga mencakup keuangan dakwah. Dengan demikian, media dakwah juga jelas bedanya dengan logistic dakwah yaitu sarana pendukung berupa financial dan sarana fisik untuk pelaksanaan dakwah. Sebagai ilustrasi perpaduan antara metode, media dan logistic dakwah dapat dikemukakan sebuah contoh dakwah yang disampaikan dengan metode ceramah, dengan media radio yang disiarkan langsung dari studio dua RRI dan dengan biaya yang disediakan oleh sponsor perusahaan tertentu.

2. Jenis-Jenis Media Dakwah dan Spesifikasinya

Istilah media sering kita dengar, namun demikian perlu juga di sini singgung hal-hal yang berkaitan dengan media. Secara etimologi media bersal dari bahasa latin, yaitu dari kata “*medius*”. Perkataan media merupakan jamak dari kata *median*, yang berarti alat perantara atau saluran (*channel*). Dalam ilmu komunikasi, media dipahami sebagai alat atau saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (dai) kepada komunikan (mad'u) atau khalayak.

Upaya membangun pencitraan Islam sebagai agama rahmatan lil ‘alamin. Upaya memanfaatkan media massa sebagai alat dakwah terus dilakukan dengan berbagai bentuk dan cara yang ditampilkan. Media massa yang menjadi saluran dakwah adalah media cetak (*printed*), media audio dan audio visual.

Adapun jenis dari media massa adalah sebagai berikut:

a. Media Cetak

Media cetak ialah semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut media cetak, media cetak dapat disebut sebagai media dakwah bila isi cetakan mengandung pesan *amar ma'ruf nahyi munkar* atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur, benner, spanduk, surat kabar (Koran), majalah dan buku.

b. Media Audio

Media audio adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar tapi tidak dapat dilihat. Media audio dipandang cukup efektif, terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jeni-jenis yang tergolong dalam media audio antara lain, radio dan tape recoder.

c. Media Audio Visual

Media ini lebih banyak daya tariknya karena memiliki dua dimensi, yaitu dapat didengar suaranya dan sekaligus dapat dilihat gambarnya. Media ini sering disebut sebagai

media elektronik. Jenis yang termasuk kedalam media ini antara lain televisi, film dan video kaset.

d. Dakwah Melalui Media Internet

Diera teknologi informasi saat ini, peranan *new media* dan social media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet juga sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui handphone. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitas kesehariannya mereka tidak terlalu banyak waktu menonton televisi dan membaca Koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi internet dari bangun tidur hingga tidur lagi dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi *da'i* untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, *da'i* juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat oleh ruang dan waktu.⁴⁵

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal

⁴⁵ *Ibid.* h. 146

bisa digunakan sebagai media dakwah. Alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditunjukan untuk berdakwah. Semua alat itu tergantung dari tujuannya. Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, antara lain sebagai berikut:

- a. A. Hasjmy menyebut media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah da enam macam, yaitu: *mimbar* (podium) dan *khithabah* (pidato/ceramah); *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan); *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama); seni suara dan seni bahasa; madrasah dan *dayah* (surau); serta lingkungan kerja dan usaha (1974: 269-270).
- b. Abdul Kadir Munsyi (1981:41-43) mencatat enam jenis media dakwah: lisan, tulisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan, dan organisasi.
- c. Asmuni Syukir (1983: 168-179) juga mengelompokn media dakwah menjadi enam macam, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi-organisasi islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya.
- d. Barmawi Urmari (1987: 59-60) tidak menegaskan definisi media dakah. Ia justru membahasakannya dengan alat dakkwah, di samping mengajukan istilah tempat dakwah. Baginya, alat dakwah digolongkan dalam empat kelompok:

lisan, lukisan, tulisan, dan perbuatan. Dari keempat kelompok ini, teruraikan 52 alat dakwah.

- e. Hamzh Ya'qub (1992: 47-48) menyebut lima macam media dan metode dakwah yaitu lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak. Ia menyamakan media dan metode dakwah. Klarifikasi ini juga di kutip oleh M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006: 32).
- f. Mira Fauziyah (2006: 102-103) juga membagi media dakwah menjadi dua macam: media dakwah eksternal (media cetak, media auditif, media visual, dan media auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklarifikasi menjadi tiga macam yaitu:

- a. Media terucap (*the spoken word*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- b. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- c. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televise, dan sejenisnya.⁴⁶

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), Cet Ke-5.h. 405-

Dari beberapa jenis media di atas, bahwasannya youtube merupakan media dakwah yang sangat tepat digunakan untuk menyampaikan materi dakwah karna youtube sendiri sudah mencakup audio dan visual.

3. Fungsi media dakwah

Adapun fungsi media dakwah yaitu:

a. Fungsi Menyebarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi ini yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c. Fungsi Menghibur

Dalam fungsi ini media dakwah dalam Islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikolerasi fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

4. Bentuk-bentuk media dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Berdasarkan banyaknya, komunikasi yang dijadikan sasaran di klasifikasikan menjadi dua, yaitu “media massa” dan “media nirmassa”.⁴⁷

a. Media massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

⁴⁷ Hafied Cangara, *Penagntar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.137

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakkan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam ubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

b. Komunikasi bermedia nirmassa

Media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang – orang tertentu atau kelompok – kelompok tertentu, seperti surat, telephone, sms, telegram, faks, papan pengumuman, poster, kaset audio, CD, *e-mail*, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karna tidak mengandung nilai keserempakkan dan komunikasinya tidak bersifat masal.

5. Pengaruh media dakwah

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah.⁴⁸ Dalam konteks ini yang akan dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang.⁴⁹

Media dakwah dapat berguna secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu

⁴⁸ Wahyu ilahi,. *Komunikasi Dakwah*.(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010), h. 117

⁴⁹ M. Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, (Yogyakarta, 2006) h. 104-105

menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah.⁵⁰

Sebenarnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektivitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Seorang *da'i* juga perlu memperhatikan kondisi lingkungan *mad'u* ketika media dakwah digunakan.

Alat seperti LCD sangat tepat digunakan untuk berdakwah di kelas dengan sasaran dakwah yang berpendidikan seperti mahasiswa, pelajar ataupun tenaga pendidik. Untuk masyarakat awam, media televisi adalah paling potensial, mereka ingin pesan dakwah yang di dapat secara gratis dan mudah di tangkap, kebanyakan masyarakat awam juga masih banyak yang menggunakan media televisi sebagai hiburan dan sumber mencari informasi. Dilihat dari kemudahan mencerna pesan dakwah, media audio visual lah yang paling efektif digunakan untuk berdakwah pada zaman di era modern seperti saat ini.⁵¹

Media visual membutuhkan daya pikir yang lebih tajam di bandingkan dengan media auditif dan audio visual. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seorang perlu diadakan penelitian lebih lanjut baik secara sosiologis ataupun

⁵⁰ Wahyu ilahi, *komunikasi dakwah*,.... H. 428

⁵¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h.429

psikologis. Terdapat beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh suatu media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh TA Lathief Rousydiy yang dikutip oleh M. Jakfar Futch sebagai berikut :

- a. Telah merasa seperti yang dibicarakan
- b. Dapat berpikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
- c. Dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- d. Dapat sepaham atau sependapat dan pendukung terhadap isi pesan yang disampaikan
- e. Telah yakin akan kebenaran atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- f. Dapat bertindak dan mengamalkan isi pesan yang dimaksud
- g. Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau memepertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.⁵²

Oleh sebab itu untuk memilih media dakwah perlu di perhitungkan setidaknya empat aspek, yaitu: efektivitas media, efisiensi penggunaanya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika Islam.⁵³

⁵²M.Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, h. 104-105

⁵³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 430

6. Youtube Sebagai Media Dakwah

pada era modern seperti saat ini masyarakat sudah semakin akrab dengan maraknya media sosial, masing-masing dari mereka menggunakan media sosial baik berupa *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *yotube*, *twitter* dan lain sebagainya bukan hanya mencari sebuah informasi yang up to date tetapi media sosial yang mereka gunakan pun sebagai sarana untuk mencari hiburan, edukasi dan lain-lain.

Media sosial ~~seakan~~ menjadi kebutuhan pokok kehidupan masyarakat modern. Oleh karena itu media sosial bisa dimanfaatkan oleh para *da'i* untuk menyampaikan pesan dakwah dengan mudah.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan penelitian ini terlebih dahulu dilakukan tinjauan pustaka untuk mengetahui apakah penelitian dibidang yang sama sudah dilakukann penelitian atau belum. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Anwar Sidiq (2017), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dengan judul “pemanfaatan instagram sebagai media dakwah (studi pada akun @fuadbakh). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat kualitatif

dengan sumber data primer berupa konten instagram. Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Anwar Sidiq dan penulis adalah sama-sama menggunakan media sosial sebagai pemanfaatan untuk menyebarkan dakwah Islam dan menggunakan jenis penelitian yang sama (*library research*), sedangkan perbedaannya adalah jenis media sosial yang digunakan Anwar Sidiq menggunakan media sosial instagram dan berfokus pada akun @fuadbakh sedangkan penulis menggunakan media sosial *youtube* dan berfokus pada akun *youtube* masjid addu'a.

Riska Indah Cahyani (2018), mahasiswi jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar Tv Dalam Penyebaran Dakwah”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama melakukan penelitian tentang media sosial sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *library research*. Sedangkan perbedaannya yaitu fokus penelitian di mana penulis meneliti pemanfaatan media sosial *youtube* sebagai media dakwah sedangkan Riska Indah Cahyani meneliti tentang peran media sosial instagram dalam penyebaran dakwah pada akun Akhyar TV.⁵⁴

Yosiena Duli Deslima (2018), mahasiswi jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden

⁵⁴ Riska Indah Cahyani, *Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar Tv Dalam Penyebaran Dakwah*, (Skripsi Program Strata 1 Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN RIL, 2018), h. 95

Intan Lampung dengan judul “pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung” Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama melakukan penelitian tentang media sosial sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *library research* dan metode analisis data. Sedangkan perbedaannya yaitu fokus penelitian di mana penulis meneliti pemanfaatan media sosial *youtube* sebagai media dakwah sedangkan Yosiena Duli Deslima meneliti pemanfaatan *instagram* sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka dalam kajian pustaka ini peneliti menfokuskan pada pemanfaatan media sosial *youtube* sebagai sarana dalam berdakwah. selanjutnya judul penelitian ini menurut pandangan penulis belum dilakukan oleh orang lain dan dinyatakan original.